

<<推销原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<推销原理与实务>>

13位ISBN编号：9787811225372

10位ISBN编号：7811225379

出版时间：2009-1

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：席波 主编

页数：199

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<推销原理与实务>>

内容概要

《推销原理与实务（市场营销类）》以推销的基本工作流程为线索，打破了传统的以推销学学科知识为主线的教材编写模式，并结合常见的推销场景选择主题，将推销的原理和理论与一般的推销工作流程有机融合。

全书从介绍推销的一般概念入手，界定了推销人员应该具备的素质与能力，介绍了产品与市场分析、顾客分析、寻找与接近潜在顾客、顾客异议处理技巧、服务与顾客维系技巧等知识；第6—8章专门介绍了目前社会职业岗位需求量大的店面推销、电话推销、上门推销等；在附录中介绍了推销人员的职业规划知识及西方比较流行的“销售人员诚信度测试”，以供学生根据自己的实际情况选择使用。

章后基本练习题和实训练习结合有代表性的行业及实际案例，让学生利用信息搜索、调查访谈、推销演练等手段，在真实的工作场景中理解推销艺术的精髓，并获得推销的工作体验和感性认识，全面提升其专业知识应用能力和综合就业能力。

本书力争理论与实际紧密结合，实用性较强，既可作为高职高专院校市场营销专业和相关专业的教材，也可作为企业市场营销和管理人员的培训或自学用书。

<<推销原理与实务>>

书籍目录

第1章 推销概述 1.1 什么是推销 1.2 推销的过去与现在 1.3 当代营销中的推销第2章 推销人员的素质与能力 2.1 推销人员的职业素养 2.2 推销人员的形象与礼仪 2.3 推销人员的职业技能第3章 了解产品与市场 3.1 识别目标市场 3.2 了解竞争情况 3.3 熟悉产品第4章 顾客和顾客行为分析 4.1 顾客的一般分类 4.2 个人顾客特点 4.3 组织顾客特点第5章 寻找与接近潜在顾客 5.1 潜在顾客及其信息获取 5.2 寻找潜在顾客的方法 5.3 接近潜在顾客的技巧第6章 店面推销 6.1 店面推销的特点 6.2 店面推销的一般流程 6.3 店面推销的技巧第7章 电话推销 7.1 电话推销的特点 7.2 电话推销的一般流程 7.3 电话推销的技巧第8章 上门推销 8.1 上门推销的含义和作用 8.2 上门推销的一般流程 8.3 上门推销的技巧第9章 异议处理 9.1 识别顾客的问题与异议 9.2 洞察异议的起因 9.3 异议处理的策略和方法第10章 服务与顾客维系 10.1 服务的界定与分类 10.2 服务与顾客管理 10.3 顾客维系的若干技巧主要参考文献

<<推销原理与实务>>

章节摘录

(4) 根据性别进行合乎身份的着装 对男性推销人员和女性推销人员而言, 在着装方面的要求既有相同的地方, 也存在着一定的差异。

男性推销人员在仪表方面应注意: 头发不宜过长, 做到前不遮眼、侧不盖耳、后不触领, 并保持清洁、整齐, 这有助于塑造干练、专业、精神饱满的形象, 注意发式要符合大众的审美习惯, 切忌太新潮, 以免留下不可靠或不稳重的印象。

应每天刮胡须, 饭后洁牙, 保持口腔卫生、无异味, 以便于与客户保持愉快的沟通; 指甲不宜过长, 并保持清洁。

应着白色或单色衬衫, 保持衬衫干净整洁, 领口、袖口无污迹; 领带应紧贴领口, 系得美观大方, 注意颜色的搭配。

西装应保持平整、挺括, 西装外口袋不应放置香烟、钱包等大型物品, 公司徽章应统一别在西装左领上方。

皮鞋应光亮, 穿深色袜子。

腰间除皮带外不别任何东西, 原则上全身所穿衣服应在3种颜色以内。

女性推销人员在仪表方面应注意: 发型不宜太新潮, 应文雅、庄重、梳理整齐; 长发要用发夹夹好, 发夹应选择典雅大方的款式。

日间拜访客户时应化淡妆, 但不要在公共场合或男士面前化妆; 慎用浓香型的化妆品或佩戴太大、太耀眼的首饰; 原则上全身的首饰不应超过3套。

应着正规服装, 大方、得体, 不宜穿着太休闲的服饰; 裤子要平整、清洁; 如着裙装, 裙子长度要适宜。

指甲不宜过长, 并保持清洁; 如需涂指甲油应为自然色。

鞋子光亮、清洁, 着裙装时需选择接近皮肤颜色的丝袜, 且穿着时不要露出袜头。

原则上全身所穿衣服应在3种颜色以内。

2) 仪态礼仪 静态礼仪中的仪态主要包括站、坐姿和表情, 表情又以微笑和目光为主。推销过程中推销人员一般和顾客保持1.2-3.6米的距离, 而在演示产品的时候可以离顾客略近, 但绝对不能少于半米, 站立距离尺度应由推销员自己合理控制, 可亲不可密。

.....

<<推销原理与实务>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>